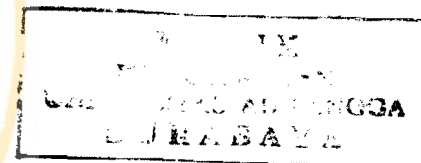


**PEMERIKSAAN MANAJEMEN ATAS KEGIATAN  
PEMASARAN SEBAGAI ALAT UNTUK MENILAI  
KEMAMPUAN FUNGSI PEMASARAN  
DALAM MENCAPAI SASARAN  
(Kasus Pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia - Unit Jawa Timur)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**Diajukan Oleh :**

**MARIATUL SOFIA**

**No. Pokok : 049611102-E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

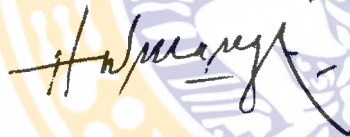
**SKRIPSI**

**PEMERIKSAAN MANAJEMEN ATAS KEGIATAN  
PEMASARAN SEBAGAI ALAT UNTUK MENILAI  
KEMAMPUAN FUNGSI PEMASARAN DALAM MENCAPAI  
SASARAN**

**DIAJUKAN OLEH :  
MARIATUL SOFIA  
No. Pokok : 049611102 E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

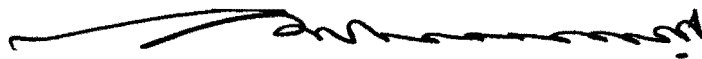
**DOSEN PEMBIMBING,**



**Drs. Ec. HANNY WURANGIAN, Ak**

**TANGGAL...<sup>27-11-2001</sup>.....**

**KETUA PROGRAM STUDI,**

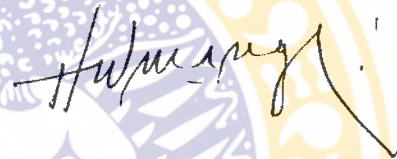


**Dr. ARSONO LAKSMANA. Dr, SE, Ak**

**TANGGAL...<sup>03-12-2001</sup>.....**

Surabaya, 27 September 2001

Skripsi ini telah selesai dan siap untuk diuji



Dosen Pembimbing

Drs, Ec., Hanny Wurangian, Ak

NIP. 130783543

### ABSTRAKSI

Pada perkembangan dunia usaha dewasa ini, dalam kondisi persaingan yang ketat serta perekonomian yang belum pulih benar akibat krisis ekonomi, menghadirkan berbagai kompleksitas permasalahan. Salah satunya adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya untuk memenangkan persaingan. Dalam keadaan seperti tersebut, perusahaan harus melakukan efisiensi dan efektifitas atas kegiatan usahanya untuk mencapai sasaran yang diinginkannya.

Begitu pula yang terjadi pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia – Unit Jawa Timur. Perusahaan minuman ringan ini harus melakukan efisiensi dan efektifitas kegiatan usahanya dalam rangka memenangkan persaingan sekaligus mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan yang diharapkan terutama tergantung pada kemampuan fungsi pemasaran dalam melakukan aktivitasnya. Oleh sebab itu diperlukan adanya suatu alat untuk menilai kemampuan fungsi pemasaran dalam melaksanakan kegiatan seefektif dan seefisien mungkin. Dengan dasar tersebut maka PT. Coca Cola Amatil Indonesia – Unit Jawa Timur melaksanakan pemeriksaan manajemen khususnya pemeriksaan atas kegiatan pemasaran.

